

*Dall'8 al 15 giugno  
missione nei Magazzini  
Gum di Mosca con  
esposizione e degustazione  
di prodotti tipici*

# La Valle d'Itria porta in Russia le sue eccellenze



*da sinistra i dirigenti del Pit Scianatico e Alemanno e il sindaco di Martina Franco Palazzo*

**L**

ANTONELLA MILLARTE

La Valle d'Itria alla conquista dell'immenso mercato russo. Dall'8 al 15 giugno gli operatori del settore agro-alimentare saranno ai magazzini Gum di Mosca per una settimana di esposizione dei prodotti e degustazione alternata delle eccellenze alimentari del territorio, perché è difficile vendere se non si crea interesse per un territorio e non si fa assaggiare un prodotto squisito ma magari sconosciuto.

La missione moscovita è il proseguimento dell'impegnativo programma che, la scorsa settimana, ha visto proprio nei Comuni del Tarantino e del Barese che ruotano attorno alla Valle d'Itria la realizzazione di ben 450 incontri business to business tra 82 imprenditori locali operanti nei settori agro-alimentare e tessile-abbigliamento e 45 acquirenti (per la maggior parte distributori) russi. Ci sono state, inoltre, 28 visite aziendali a corollario l'evento di incoming promosso dal 15 al 17 maggio dal PIT 5, Progetto Integrato territoriale Valle d'Itria che coinvolge i Comuni di Alberobello, Castellana Grotte, Locorotondo, Martina Franca (capofila) Monopoli, Noci, Putignano e le amministrazioni provinciali di Bari e Taranto.

Il dinamismo finora evidenziato fa ben sperare che, al termine del progetto di d'internazionalizzazione del Pit-Valle d'Itria (cofinanziato dall'Ue - Fesr - Por Puglia 2000/2006 - Misura 6.2 Azione B) iniziato a febbraio e che si concluderà a fine settembre, non solo ci siano stati contatti commerciali ma

siano nati rapporti duraturi. Elaborato dall'Ufficio Pit 5, approvato dal Nucleo di Valutazione della Regione Puglia, è attuato dal Rti (Raggruppamento Temporaneo d'Impresa), composto da Fidanzia Sistemi (capofila), Aicai, Bic Puglia Sprind e Mondimpresa, che si è aggiudicato la gara, con la convinzione che il marketing territoriale è alla base di qualsiasi rapporto commerciale che può svilupparsi tra produttori ed acquirenti di Paesi stranieri. Dopo un'attenta analisi è stata scelta la Russia (e suoi 150 milioni di abitanti) per l'acquisita stabilità economica ed istituzionale, gli importanti programmi di ammodernamento e di ristrutturazione infrastrutturale e produttiva, il grande interesse dei consumatori per la produzione "Made in Italy".

Le attività riguardanti la Valle d'Itria non sono, però, state calate dall'alto. "Si è giunti alla definizione del progetto - dice l'avv. Giuseppe Salvatore Alemanno, project manager Pit 5 - con l'ausilio di un "tavolo di pilotaggio" a cui hanno partecipato, su indicazione delle Amministrazioni Comunali coinvolte nel Pit, aziende leader dei due settori. Sono stati, quindi, gli imprenditori con consolidate esperienze di internazionalizzazione a indicare le azioni più idonee per favorire l'export delle aziende di minori dimensioni ma che presentano potenzialità per affrontare con successo i mercati esteri e, in particolare, quello russo.

La presenza delle aziende leader - afferma la dott.ssa Angela Scianatico, componente dell'Assistenza Tecnica al Pit 5 - ha conferito



credibilità a tutte le azioni del progetto. Le attività svolte hanno fornito alle aziende del territorio supporti informativi e formativi utili a definire le modalità su come affrontare il mercato russo. Oltre alla presenza come territorio a manifestazioni specializzate, il Progetto ha privilegiato decisamente le attività di incoming. In tal modo siamo riusciti a coinvolgere un numero rilevante di imprese locali e a far conoscere in maniera efficace ai compratori russi sia le peculiarità del territorio e sia il reale valore qualitativo della produzione made in Valle d'Itria.

Ma cosa resterà, in ogni caso, al termine del progetto di internazionalizzazione del Pit n. 5? Di certo la consapevolezza di come, sui

mercati esteri, sia necessario muoversi con cautela e con adeguate conoscenze. Gli incontri con gli operatori russi e le azioni mirate sul territorio della Valle d'Itria e quello estero sono, difatti, arrivati soltanto al termine di un'attività di sensibilizzazione rivolta a tutte le imprese del comparto produttivo dei due settori agroalimentare e tessile abbigliamento (iscritte con il codice industria negli elenchi delle Camere di Commercio). Sono 82 le imprese che hanno partecipato ai seminari di preparazione (4 per settore) nei quali sono stati approfonditi gli aspetti dell'internazionalizzazione e che, in futuro, potranno anche proseguire da sole nella stessa direzione e con meno incertezze (e rischi).

**Si tratta di un'altra tappa  
del progetto elaborato dal  
Pit 5 che si concluderà a  
settembre**